

# 全国 2020 年 8 月高等教育自学考试

## 消费心理学试题

课程代码:00177

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

### 选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 消费者个性心理特征是通过以下哪方面形成并表现出来?  
A. 心理活动  
B. 认识能力  
C. 购买行为  
D. 分析能力
2. 在认识的基础上,个体对客观事物产生的独特的体验或态度称为  
A. 意志  
B. 气质  
C. 情感  
D. 性格
3. 在现实生活中,尽管不同的消费者有特定的思维方式,其行为方式也千差万别,但其基础都是某些共同的  
A. 心理过程  
B. 心理活动  
C. 个性心理  
D. 个性倾向性
4. 个性心理表现为安静、稳定,动作迟缓,沉默寡言,善于克制忍耐,情绪不外露的人,其气质类型最可能是  
A. 胆汁质  
B. 多血质  
C. 黏液质  
D. 抑郁质
5. 当引起反应的一种刺激与另一种自身不能引起反应的刺激同时出现,经过一段时期的反复,本不能引起反应的刺激产生了与前者相似的反应,这是以下哪个理论揭示的内容?  
A. 经典性条件反射理论  
B. 工具性条件反射理论  
C. 认知学习理论  
D. 需求层次理论

6. 消费者对某种化妆品开始持消极的态度，但由于受社会上流行趋向等因素的影响，态度发生了转变，从而使用该种化妆品，这表明态度具有
- A. 对象性  
B. 调整性  
C. 习得性  
D. 差异性
7. 消费者看到的商品、商品的包装、商标以及广告等，称为
- A. 诱因  
B. 刺激物  
C. 内部刺激  
D. 外部刺激
8. 消费行为的决定性因素是
- A. 消费知觉  
B. 消费流行  
C. 消费需要  
D. 消费态度
9. 在信息特性的诸要素中，引起消费者注意信息的关键因素是
- A. 信息内容  
B. 信息的表达方式  
C. 信息的可信度  
D. 传播媒体的特点
10. 文明消费心理对购物行为的影响是
- A. 个性化、经济化、时尚化、高档化  
B. 个性化、实用化、时尚化、高档化  
C. 个性化、便利化、时尚化、高档化  
D. 美观化、便利化、时尚化、高档化
11. 当前我国较为普及的消费文化心理是
- A. 节俭消费  
B. 奢侈消费  
C. 享受消费  
D. 畸形消费
12. 对于成年人而言，青少年消费者群体是
- A. 临时群体  
B. 自觉群体  
C. 渴望群体  
D. 回避群体
13. 下列选项中，属于个性倾向性范畴的是
- A. 气质  
B. 性格  
C. 需要  
D. 能力
14. 感性消费是一种消费态势，其本质是
- A. 消费本身  
B. 消费方式  
C. 消费目的  
D. 人与自然关系的改变
15. 按照性别、年龄等划分的群体属于
- A. 长期群体  
B. 假设群体  
C. 临时群体  
D. 实际群体
16. 消费流行的本质是
- A. 消费的时间性  
B. 标准的客观性  
C. 购买的群体性  
D. 使用的周期性

17. 用对比强烈的信息传播手段突出新产品的特点,吸引消费者注意,使用这种推广策略主要是在
- A. 消费者注意阶段  
B. 消费者兴趣阶段  
C. 消费者评价阶段  
D. 消费者试用产品阶段
18. 市场营销活动的物质基础是
- A. 商品  
B. 消费者  
C. 可支配收入  
D. 零售市场
19. 对于 POP 广告客户来说,对广告活动最为有益的功能是
- A. 认识功能  
B. 感情功能  
C. 美育功能  
D. 行为功能
20. 商品广告的基本功能是
- A. 美化环境  
B. 吸引眼球  
C. 商品促销  
D. 艺术欣赏
- 二、多项选择题:本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。
21. 人的心理活动过程包括
- A. 认识过程  
B. 情感过程  
C. 意志过程  
D. 意识过程  
E. 无意识过程
22. 在消费活动中,人们一般借助以下哪些感觉来接受有关商品的各种信息?
- A. 触觉  
B. 视觉  
C. 听觉  
D. 嗅觉  
E. 味觉
23. 消费者的态度构成成分包括
- A. 认知成分  
B. 调节成分  
C. 情感成分  
D. 意志成分  
E. 行为倾向成分
24. 个性心理特征是多种心理特点的一种独特的结合,它包括
- A. 需要  
B. 动机  
C. 气质  
D. 性格  
E. 能力
25. 关于需要,下列说法正确的有
- A. 是对某种目标的渴求和欲望  
B. 是人类心理活动的前提和动力  
C. 有些需要是与生俱来的  
D. 有些需要是后天形成的  
E. 是个体消费行为的间接原因
26. 社会消费文化可以表现为
- A. 民族消费文化  
B. 地域消费文化  
C. 历史消费文化  
D. 未来消费文化  
E. 群体消费文化

27. 下列属于正式群体的有
- A. 职业协会
  - B. 消费活动俱乐部
  - C. 同业者联谊会
  - D. 同一单元的邻居
  - E. 共同兴趣爱好者
28. 消费者外出就餐爱去一家固定的餐厅,产生这种消费习惯的原因包括
- A. 新潮
  - B. 方便
  - C. 偏执
  - D. 被动
  - E. 熟悉
29. 一次用量的包装设计可以较好地适应消费者的
- A. 求实心理
  - B. 求便心理
  - C. 求廉心理
  - D. 求美心理
  - E. 求新心理
30. 经营者应掌握以下哪些区域内消费者的分布情况?
- A. 中心商圈
  - B. 外围商圈
  - C. 次级商圈
  - D. 辐射商圈
  - E. 边缘商圈

## 非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题:本大题共6小题,每小题5分,共30分。

31. 简述影响消费者知觉选择性的因素。
32. 广告如何能引起消费者的注意?
33. 简述消费者兴趣的类型。
34. 按照消费文化内容的差异,消费文化分为哪几类?
35. 什么是消费态势?它包括哪些不同的心理倾向模式?
36. 各类新产品对消费者心理有什么不同的影响?

四、论述题:本大题共1小题,10分。

37. 举例说明如何争取消费者信任,以提高广告说服力。

五、案例分析题:本大题共2小题,每小题10分,共20分。

38. 小琼是个爱美的女孩子,她的洗发水快用完了,所以她来到超市准备买一瓶新的洗发水。正当她面对琳琅满目的洗发水耐心挑选的时候,突然一瓶外包装上印有美丽花纹的洗发水令她眼前一亮。她拿起这瓶洗发水仔细打量了一番,并禁不住赞叹道:好漂亮啊!然后她又看了看功效和价格,便不再挑选,拿着这瓶洗发水走到收银台付款,购买了这瓶洗发水。

问题:

- (1) 常见的购买动机有哪几种?
- (2) 试从消费者购买动机的角度来分析小琼最终作出购买决策的原因。

39. 休布雷公司在美国伏特加酒的市场中，属于营销出色的公司，其生产的史密诺夫酒，在伏特加酒的市场中占有率达 23%。20 世纪 60 年代，另一家公司推出一种新型伏特加酒，其质量不比史密诺夫酒低，每瓶价格却比它低 1 美元。

面对如此情况，休布雷公司该如何面对？

按照惯例，休布雷公司的面前有 3 条对策可用：

- (1) 降价 1 美元，以保住市场占有率。
- (2) 维持原价，通过增加广告费用和推销的支出来与竞争对手竞争。
- (3) 维持原价，听任其市场占有率降低。

但是，该公司的市场营销人员经过深思熟虑后，却采取了对方意想不到的第 4 种策略。那就是，将史密诺夫酒的价格再提高 1 美元，同时推出一种与竞争对手新伏特加酒价格一样的瑞色加酒和另一种价格更低的波波酒。

这种商品定价策略，一方面提高了史密诺夫酒的地位，同时使竞争对手的新产品沦为一种普通的伏特加酒。

问题：

- (1) 制定商品价格的心理策略有哪些？
- (2) 休布雷公司采用的是哪种定价策略？